

جمهورية العراق
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة تكريت
كلية الآداب

E-ISSN: 2663-8118 P-ISSN: 2074-9554

مجلة آداب الفراهيدي

مجلة علمية فصلية محكّمة تصدر عن كلية الآداب
جامعة تكريت

المجلد (١٣) العدد (٤٦) حزيران ٢٠٢١م، القسم الثاني

رقم الايداع في دار الكتب والوثائق ـ بغداد ١٦٠٢ لسنة ٢٠١١





The Republic of Iraq
Ministry of Higher Education
and Scientific Research
Tikrit University
College of Arts

E-ISSN: 2663-8118 P-ISSN: 2074-9554

Journal of Al - Farahidi Arts

A Quartly Academic Journal Of The College of Arts
Tikrit University

Vol (13) No (46) June 2021, Second Part

Deposit number at Books and Documents
House - Baghdad 1602 of 2011



جمهورية العراق
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة تكريت



مجلة
آداب الفراهيدي

مجلة علمية محكّمة فصلية تصدر عن كلية الآداب
بجامعة تكريت

الترقيم الدولي للطباعة الورقية: ٩٥٥٤ – ٢٠٧٤

الترقيم الدولي للنشر الإلكتروني: ٨١١٨ – ٢ ٦٢

رقم الإيداع في دار الكتب والوثائق ببغداد: ١٦٠٢ لسنة: ٢٠١١

المجلد (١٣) العـــدد (٤٦) حزيران ٢٠٢١ القسم الثاني

مجلة آداب الفراهيدي

شروط النشر:

١. ان يكون البحث مطبوعاً على الحاسوب، وتزود هيئة التحرير بثلاث نسخ منه مع نسخة على قرص ليزري (CD).

٢. ان لا تزيد عدد صفحات البحث عن (٢٥) صفحة ولا تقل عن (١٥) صفحة من الحجم العادي (A4) ويستثنى من ذلك النصوص المحققة على ان يدفع الباحث مبلغ (١٠) عشرة الاف عن كل صفحة إضافية إذا كان البحث يزيد عن ٢٥ صفحة للبحوث داخل العراق و٨ دولار امريكي للبحوث خارج العراق.

٣. يمكن ان يكون البحث جزءاً من رسالة الماجستير أو أطروحة الدكتوراه التي أعدها الباحث على ان يلتزم الباحث بوضعه على قالب المجلة واستكمال المعلومات المطلوبة باللغتين العربية والانكليزية، وألا يكون قد سبق نشره على أي نحو كان أو تمَّ إرساله للنشر في مجلة أخرى ويتعهد الباحث بذلك خطياً.

٤. يلتزم الباحث بإجراء تعديلات المحكمين على بحثه وفق التقارير المرسلة إليه وموافاة المجلة بنسخة معدلة في مدة لا تتجاوز (١٥) يوماً.

٥. أن يكون البحث ضمن الاختصاصات الانسانية ومن ضمن ابواب المجلة الستة الثابتة.

٦. يخطر أصحاب البحوث بالقرار حول صلاحيتها للنشر أو عدمها خلال مدة لا تتجاوز ثلاثة أشهر من تأريخ وصوله لهيئة التحرير.

٧. لا ترد الأبحاث إلى أصحابها سواء نشرت أم لم تنشر.

٨. يلتزم الباحث بدفع أجور النشر المقررة والبالغة ١٠٠ ألف دينار عراقي داخل العراق و١٠٠ دولار أمريكي خارج العراق وكذلك دفع مبلغ ٢٠ ألف دينار عراقي لعمل استلال الكتروني.

٩. يلتزم الباحث بدفع أجور الاستلال الكتروني البالغة ٢٠ ألف دينار عراقي للبحوث داخل العراق و٢٠ دولار أمريكي للبحوث المستلمة من خارج العراق.

١٠. في حال قبول البحث للنشر في المجلة لا يسمح للباحث بإعادة نشره في مكان آخر إلا بعد مرور سنة كاملة على تأريخ نشره فيها.

١١. يطبع البحث ببرنامج (Word)، وتوضع الرسوم أو الاشكال – إن وجدت – في مكانها من البحث على أن تكون صالحة من الناحية الفنية للطباعة.

١٢. أن يكون البحث خالياً من الأخطاء اللغوية والنحوية والاملائية.

١٣. يجب اتباع الأصول العلمية والقواعد المرعية في البحث العلمي.

١٤. يجب أن تكون الخطوط كالآتي:

أ- اللغة العربية: نوع الخط (Simplified Arabic) حجم الخط (١٤).

ب- اللغة الانكليزية: نوع الخط (Times New Roman) حجم الخط (١٤).

١٥. عمل الهوامش يكون بنظام تلقائي (تعليقات ختامية) في نهاية البحث، ويكون الترقيم مستمراً، مع التدقيق في تسلسل الترقيم.

مجالات النشر:

١. **البحوث العلمية:** تنشر المجلة البحوث العلمية الأصيلة والمخطوطات المحققة في مجال العلوم الإنسانية.

٢. **المؤتمرات والندوات العلمية:** تنشر المجلة بحوث المؤتمرات والندوات العلمية المحلية والعربية والعالمية والتي عقدت حديثاً في مجال العلوم الإنسانية وضمن ابواب المجلة الستة الثابتة.

ملاحظات النشر:

١. البحوث المنشورة في المجلة تعبر عن آراء الباحثين ولا تعبر عن رأي المجلة.

٢. ترتيب البحوث في المجلة يخضع لاعتبارات فنية.

٣. تستبعد المجلة أي بحث مخالف لقواعد النشر أو الذي يرفض من قبل الخبراء.

٤. يعطى الباحث نسخة مستله من بحثه.

العنوان البريدي: جامعة تكريت، كلية الآداب، مجلة آداب الفراهيدي

معلومات الاتصال

http://www.jaa.tu.edu.iq jaa@tu.edu.iq dr.saadsalman@tu.edu.iq

المحتويات




ISIS Media's Use of Security and Military Content to Intimidate Opponents - An Analytical Study of The Infographic Page in Al-Nabaa Newspaper

Assistant Lecturer: Haidar Nasrat Kamil

University of Religions and Denominations

College of Media and Relations

Department of Media Management





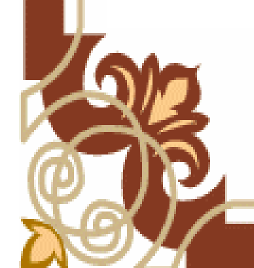

توظيف إعلام داعش للمضامين الأمنية والعسكرية في إرعاب الخصوم - دراسة تحليلية لصفحة الانفوجرافيك في صحيفة النبأ

المدرس المساعد: حيدر نصرت كامل

جامعة الأديان والمذاهب

كلية الإعلام والعلاقات

قسم إدارة الإعلام





Journal of Al-Frahedis Arts, Tikrit University, Vol (13) | Issue (46) | Part II | Year (2021) | Pages (342-356)



ISSN: 2663-8118 (Online) | ISSN: 2074-9554 (Print)

Journal of Al-Frahedis Arts

Article Available Online: Iraqi Scientific Academic Journals, Open Journals System



Asst. Lecturer. Haidar Nasrat Kamil
E-Mail: haydar.alsaaidy@gmail.com
Mobile: +9647712018726

Department of Media Management
College of Media and Relations
University of Religions and Denominations
Baghdad
Iraq

ISIS Media's Use of Security and Military Content to Intimidate Opponents - An Analytical Study of The Infographic Page in Al-Nabaa Newspaper

***Keywords*:**
- ISIS Media
- Security and Military Implications
- ISIS Media Institutions
- ISIS Media Policy
- Al-Naba Newspaper

A B S T R A C T

The problem of this study is summarized in that it seeks to answer the following question: To what extent does the ISIS media employ security and military content in propaganda to intimidate opponents? An approach based on describing and extrapolating phenomena and analyzing data to reach the final results. The researcher used two tools to access the required information and data, which is the data analysis tool. The researcher analyzed the content of 30 infographic pages in Al Nab'a newspaper, which represents an intentional sample of 20% of the total sample Its number is 148 pages. The researcher also used the scientific interview tool to obtain recent and unpublished information that is closely related to the subject of the study. Through research and access to the available sources, research and studies, the researcher reached a number of results, the most prominent of which is that the ISIS media has employed the military and security implications. As a propaganda method with more emphasis on military contents.

A R T I C L E   I N F O

Article History:
Submitted: 29/04/2021
Accepted: 10/05/2021
Published: 04/07/2021

* *Corresponding Author: Asst. Lecturer. Haidar Nasrat Kamil | Department of Media Management, College of Media and Relations, University of Religions and Denominations | Baghdad, Iraq | E-Mail: haydar.alsaaidy@gmail.com / Mobile: +9647712018726*



توظيف إعلام داعش للمضامين الأمنية والعسكرية في إرعاب الخصوم ـ دراسة تحليلية لصفحة الانفوجرافيك في صحيفة النبأ

م. م. حيدر نصرت كامل
البريد الكتروني: haydar.alsaaidy@gmail.com
رقم الجوال: +9647712018726

قسم إدارة الإعلام
كلية الإعلام والعلاقات
جامعة الأديان والمذاهب
بغداد
العراق

الكلمات المفتاحية:

- إعلام داعش
- المضامين الأمنية والعسكرية
- مؤسسات تنظيم داعش الإعلامية
- السياسة الإعلامية لتنظيم داعش
- صحيفة النبأ

معلومات المقالة:

تاريخ المقالة:

قدمت: ٢٠٢١/٠٤/٢٩
قبلت: ٢٠٢١/٠٥/١٠
نشرت: ٢٠٢١/٠٧/٠٤

الملخص

تتلخص مشكلة هذه الدراسة في إنها تسعى الى الإجابة على التساؤل الاتي: ما مدى توظيف إعلام تنظيم داعش للمضامين الأمنية والعسكرية دعائيا لترهيب الخصوم، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي في دراسته مستعينا بأداة تحليل المضمون، وقد اعتمد الباحث في هذه الدّراسة المنهج الوصفيّ التّحليليّ لأنَّه منهج يقوم على أساس وصف واستقراء الظّواهر وتحليل البيانات للوصول إلى النّتائج النّهائيّة، واستخدم الباحث أداتين للوصول إلى المعلومات والبيانات المطلوبة، وهي أداة تحليل البيانات، إذ قام الباحث بتحليل مضمون ٣٠ صفحة أنفوجرافيك في صحيفة النّبأ وهي تمثل عيّنة قصديّة نسبتها ٢٠٪ من العيّنة الكلّيّة البالغ عددها ١٤٨ صفحة، كما استخدم الباحث أداة المقابلة العلميّة للحصول على المعلومات الحديثة وغير المنشورة والّتي ترتبط ارتباطًا وثيقًا بموضوع الدّراسة، ومن خلال البحث والاطلاع على ما توفّر من مصادرَ وبحوث ودراسات فقد توصل الباحث إلى عدد من النتائج ابرزها إن إعلام تنظيم داعش قد وظف المضامين العسكرية والأمنية كإسلوب دعائي مع التركيز اكثر على المضامين العسكرية.

المقدمة

لا يخفى على الجميع أنّ تنظيم داعش حرص على توظيف الجانب الإعلاميّ لإسناد آلته العسكريّة، وقد أجاد هذا التّنظيم استخدام الإعلام بصوره ووسائله أجمع ولا نذهب بعيدًا إذا قلنا إنَّ داعش من أفضل التّنظيمات المسلحة الّتي نجحت في توظيف الجانب الإعلاميّ بل إنّ هذا التّنظيم استفاد من الأخطاء الإعلاميّة الّتي وقعت بها التّنظيمات المسلحة السّابقة كتنظيم القاعدة وتنظيم طالبان وغيرها، وقد جاءت هذه الدّراسة لتسليط الضوء على إعلام تنظيم داعش بصورة عامة ومعرفة أهم الشخصيات التي تعاقبت على إدارته، ثم تتطرق الدراسة الى ألأذرع ألإعلامية لتنظيم داعش بمختلف أنواعها، ومن ثم تقديم شرح وافٍ عن السياسة ألإعلامية لتنظيم داعش ومعرفة أهم منطلقاتها، ثم تقدم الدراسة عرضا للجداول يتضمن الفئات الرئيسية والفرعية مع تحليل هذه الفئات وإعطاء عدد من الإستنتاجات التي توصل إليها الباحث .

الإطار المنهجي:

١. أهمية البحث وتساؤلاته:

تكمن أهمية البحث في إنه يسعى للكشف عن مدى استخدام إعلام تنظيم داعش بمختلف انواعه للعمليات الأمنية والعسكرية التي يشنها التنظيم في عملية ترهيب خصومه، ويمكن تلخيص مشكلة البحث بالتساؤل الرئيسي التالي: **كيف وظف إعلام تنظيم داعش المضامين الأمنية والعسكرية لإرعاب خصومه؟** ويتفرع من هذا السؤال سؤالين فرعيين على النحو التالي:

١. ما مدى اعتماد السياسة الإعلامية لتنظيم داعش على الترهيب؟

٢. ما هي المضامين الأمنية والعسكرية التي وظفها إعلام تنظيم داعش؟

٢. اهداف البحث:

يهدف البحث الى المســاهمة بعملية تفكيك جزئية لدعاية تنظيم داعش ومعرفة اســاليبها، ويمكن الاستفادة منها مستقبلا في عملية توقع السلوك الدعائي لتنظيم داعش.

٣. منهج البحث:

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لكونه يقوم على وصف منظم ودقيق لمحتويات قد تكون نصـوصـاً مكتوبة أو منتجات مسـموعة أو مرئية، ويرتكز أسـلوب تحليل المضـمون إلى المســلمة التالية «إنّ اتجاهات الجماعات والأفراد تظهر بوضــوح في كتاباتها وصــحفها وآدابها وفنونها وأقوالها وملابســها، فإذا ما تمّ تحليل هذه الأدوات فإنّ ذلك يكشــف عن اتجاهات هذه الجماعات» (١).

٤. مجالات البحث

١. **المجال المكاني:** يضم صحيفة النبأ التي تصدر عن ديوان الإعلام المركزي في داعش.

٢. **المجال الزماني:** ينحصر هذا المجال من تاريخ صدور العدد الأول للصحيفة والذي كان بتاريخ ٢٠١٥/١٠/١٧م ولغاية تاريخ صدور العدد ١٤٨ والذي صدر بتاريخ ٢٠١٨/٩/١٢م.



٣. **المجال الموضـوعي أو التطبيقي:** ويشـمل صـفحة الانفوجرافيك لصـحيفة النبأ، وبواقع ١٤٨ صفحة.

المبحث الأول: الإطار النظري:

أولاً: اعلام تنظيم داعش:

سعى تنظيم داعش إلى إيجاد إدارة إعلاميّة يقع على عاتقها مسؤولية إدارة الحرب الإعلاميّة للتنظيم من خلال تحصين الجمهور المناصر للتنظيم بالتّصدي للإعلام المضادّ بعمليات نفسيّة إعلاميّة، فضلاً عن قيامه بزعزعة معنويات جمهور الخصم وخلق حالة من عدم الثّقة بين القوات الّتي تواجه داعش وبين جمهورها. ولتحقيق هذا الهدف قام تنظيم داعش بإنشاء وزارة للإعلام تحت مسمّى مجلس الإعلام، وقد خصّص أبو بكر البغداديّ مبلغ مليون دولار كميزانيّة أوّليّة لوزارة الإعلام [٢]. وعلى الرّغم من أنّ مجلس الإعلام كان يتمتع بهيكل تنظيميّ رسميّ، إلّا أنّه ظلّ في طور الافتراضيّة ولم يبنِ أيّ مقرّات له على الأرض خوفًا من استهدافها، حاله حال بقية مجالس التّنظيم. وقد قام مجلس الإعلام بنشر مفارز إعلاميّة ثابتة أو متحركة في المناطق الّتي سيطر عليها وأطلق عليها تسمية النّقاط الإعلاميّة مهمتها توزيع ما ينتج عن التّنظيم من صحف ومجلات ومنشورات وغيرها من الإصدارات، ويمكن القول إنّ أحد أهمّ أسباب إنشاء مجلس الإعلام هو لضبط التّصريحات الصّادرة عن التنظيم [٣]، إذ اشترط التّنظيم على قادته استحصال موافقة مجلس الإعلام قبل الإدلاء بأي تصريح. وقام أبو بكر البغداديّ بإسناد مجلس الإعلام إلى المتحدث الرّسميّ باسم التّنظيم المدعو أبو محمّد العدنانيّ، الّذي يعدّ العقل المدبّر لدعاية التّنظيم نظرًا لامتلاكه ثقلاً فكريًّا وتنظيميًّا داخل تنظيم داعش لدرجة أنّه أطلق عليه داخل التّنظيم لقب المنجنيق لأنّه المصدر الرّئيسيّ لنشر الرّسائل الرّسميّة للتنظيم [٤]. وقد دأب تنظيم داعش على التّواجد الإعلاميّ بنحوٍ كبيرٍ نظرًا لإدراكه للدور الكبير للإعلام في خدمة أجنداته وتحقيق غاياته. وتعدّ شبكة الأنترنت الميدان المفضل بالنّسبة لداعش والتّنظيمات المسلحة بنحو عام، نظرًا لقلة تكلفتها وإتاحتها وسرعة انتشار المواد المنشورة فيها، كما أن عدم تقيد الأنترنت بقيود زمانيّة أو مكانيّة تعدّ أهم نقطة في الأنترنت الوسيلة الأولى لهذه التّنظيمات. ونتيجة للاستخدام المفرط لشبكة الأنترنت من قبل الجماعات المسلحة فقد ظهر ما يعرف بمصطلح الإرهاب الإلكتروني، الّذي يعرفه عادل عبد الصّادق بأنّه: «نشاط أو هجوم متعمد ذو دوافع سياسيّة بغرض التّأثير على القرارات الحكوميّة والرّأي العام باستعمال الفضاء الإلكتروني كعامل مساعد أو ووسيط في عمليّة التّنفيذ للعمل الإرهابيّ أو الحربيّ ... من خلال التّحريض على بث الكراهيّة الدّينيّة وحرب الأفكار، أو أن يتم في صورة رقميّة: والّتي قد يقتصر تأثيرها على بعدها الرّقميّ أو تتعداه لإصابة أهداف ماديّة تتعلق بالبنيّة التّحتيّة الحيويّة» [٥].

وبعد مقتل العدنانيّ في مدينة الباب في حلب، لم يُعلن عن خليفته في إدارة إعلام التّنظيم، وظل هذا الأمر لغزا لحين إعلان الاستخبارات الأمريكيّة في عام ٢٠١٦م عن مقتل ما وصفته وزير إعلام داعش المدعو وائل عادل حسن سلمان الفياض المعروف بـ أبو محمّد الفرقان ودكتور



وائل. ويوصف الفياض بأنّه مهندس إعلام التّنظيم لأنّه ساهم بنحو فعّال في تأسيس شبكات التّنظيم جميعها مثل "وكالة دابق" و"مؤسسة الفرقان" و"مؤسسة الاعتصام" و"مركز الحياة" [٦]. ولا تتوفر أي معلومات عن حياة الفياض أو حتّى صورة شخصيّة له، وعلى الرّغم من تولّي الفياض وزارة إعلام داعش إلّا أنّه لم يسجل أيّ حضور إعلاميّ أو ميدانيّ، إلّا أنّ ما أُكِّدَ هو أنّ الفياض كان من قادة التّنظيم البارزين وأحد المقربين من أبي بكر البغداديّ وأبي محمّد العدنانيّ. وقد قُتل الفياض بغارة جوية لطائرة مسيّرة أثناء ركوبه دراجة ناريّة، وقد نعاه تنظيم داعش بعد مرور شهر على مقتله ببيان نشر على الأنترنت، إذ وصفه بأنّه أمير ديوان الإعلام المركزيّ وأثنى البيان على دوره وقال إنّه رحل بعد حرب ضروس كان الإعلام أبرز ساحاتها [٧]. وبعد مقتل الفياض تولّى أبو الحسن المهاجر الذراع الأيمن للبغدادي مسؤولية الإعلام والناطق الرسمي باسم التنظيم [٨] وهو سعودي الجنسية، وهو الآخر لم تتوافر الكثير من المعلومات حوله. في ٢٠١٩م وبعد ساعات على مقتل زعيم تنظيم داعش أبو بكر البغدادي، أعلنت قوات سوريا الديموقراطية عن مقتل المهاجر [٩] في غارة جوية على قرية عين البيضا قرب جرابلس، ليصبح المدعو أبو حمزة القرشي الناطق الرسمي باسم التنظيم. أمّا وزارة إعلام التنظيم فقد تولاها المدعو محمد خضر موسى رمضان المعروف بـ(أبو بكر الغريب) وهو أردني الجنسية ويعدّ من أقدم مسؤولي الإعلام في تنظيم داعش وله دور مهم في عمليات الدعاية والتحريض والتجنيد ويدير العمليات الإعلامية اليومية للتنظيم، وقد وضعت الولايات المتحدة مبلغ ثلاثة ملايين دولار مكافأة لمن يدلي بمعلومات عن أبي بكر الغريب [١٠].

ثانياً: السياسة الإعلامية لتنظيم داعش:

عملت التنظيمات المسلحة ومن ضمنها تنظيم داعش على وضع سياسة إعلامية محكمة، الهدف منها الترويج لفكر التنظيم وجذب أكبر عدد من المؤيدين له على مستوى العالم. فتنظيم داعش وقبل وضع سياسته الإعلامية أخذ بنظر الاعتبار كل الإمكانات المتاحة وعمل على توظيفها في سياسته الإعلامية. فعلى سبيل المثال فإنّ الانترنت أخذ مساحة واسعة في سياسة تنظيم داعش الإعلامية، نظراً لانتشاره بشكل عالمي ومجانيته، هذه العوامل جعلت الإرهاب يتناسب طردياً مع حجم استخدام الانترنت، حيث بات الانترنت من أقوى أدوات التأثير على الراي العام المحلي والعالمي [١١]. ويرجع خبراء جذور العلاقة بين الإرهاب والانترنت إلى ما بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر عام ٢٠٠١م، حيث تحولت المعركة ضد الإرهاب حينها من معركة مادية إلى معركة افتراضية ميدانها الشبكة العنكبوتية [١٢]. وفي هذا الصدد يؤكد الدكتور كامل القيم أنّ الاتصال والإعلام يلعب دوراً أساسياً في أحداث التغيير الفكري والايدولوجي والاجتماعي لدى المتلقين، عن طريق التأثير على أساليب تفكير وسلوك المواطنين [١٣].

ويرى الباحث أنّ السياسة الإعلامية لتنظيم داعش مبنية على أساس الترهيب والترغيب، ويمكن تلخيصها بعبارة "تخويف العدو وتجنيد الصديق". وبحسب الباحث في شؤون التمرد والإرهاب تشارلز ليستر فإنّ سياسة تنظيم داعش الإعلامية تعتمد على الدفع بمعلومات تركز على



الكيف والكم للتأثير على الرأي العام الذي يعدّ أولوية عند داعش لكسب مزيد من الدعم والمقاتلين للتنظيم (١٤).

ويقدم داعش الكثير من المغريات لمقاتليه أو من يرغب بالانضمام إلى صفوفه، أبرزها الجلوس مع النبي في الجنة!! والزواج من الحور العين في الحياة الأخرى، أمّا على الصعيد الدنيوي فداعش يعطي وعوداً بوجود حياة أفضل لمن يرغب أن يكون تحت مظلته، مثل فرص العمل والسكن والزواج (١٥) وغيرها من عوامل الجذب والاغراء، فضلاً عن تركيز التنظيم على إظهار العناية الطبية التي يتلقاها جرحى التنظيم (١٦). كما قام تنظيم داعش وفي إطار سعيه إلى تسويق نفسه كدولة بإصدار جوازات للسفر (١٧) وإصدار عملة نقدية وضع عليها خريطة دولته، بالإضافة إلى أنّ خطابات داعش بعد احتلال الموصل ركّزت على الدعوة المباشرة للقضاة للعمل في محاكم التنظيم كما جاء في خطاب الناطق الإعلامي أبو محمد العدناني بدعوة أهل الكفاءات للعمل في كل المجالات، وفي عام ٢٠١٥م دعا أبو بكر البغدادي النازحين إلى التوجه لمناطق سيطرة التنظيم للعيش فيها، هذه الممارسات والدعوات تؤشر وجود استراتيجية بعيدة المدى تسعى لترسيخ فكرة الدولة الإسلامية وإقناع الجمهور بإمكانية التعايش داخلها (١٨). وقد عمل داعش على تنفيذ سياسته الإعلامية عبر أربع أدوات رئيسية هي: الرسالة، اللغة، الصورة، الوسيلة:

١. الرسالة:

ركز تنظيم داعش في جميع إصداراته على تسويق نفسه كدولة لها قائد وعلم وجيش بل وحتى زي خاص بها، ولهذا فإنّ جميع رسائله الإعلامية بنيت وفق هذا المفهوم. وقد بيّن تنظيم داعش أسباب قيام دولته وأبرز الأفكار المستندة عليها عن طريق توظيف الوقائع التاريخية برسائل إعلامية يطلقها التنظيم الهدف منها إضفاء نوع من الشرعية على ما يقوم به (١٩). وتعتمد استراتيجية التنظيم في إطلاق رسائله الإعلامية على مبدأ "لا نشاط بدون رسالة ولا رسالة من دون نشاط" (٢٠).

٢. اللغة:

تخضع صياغة الرسالة الإعلامية لتحكّم القائم بالاتصال، حيث يجب أن يدرك الأخير أن إقناع الجمهور بأيدولوجيته يتطلب ملكة لغوية يستطيع من خلالها قولبة أفكاره وتقديمها إلى المتلقي، ولهذا فإنّ اللغة تعد أحد أبرز أعمدة الرسالة الإعلامية. ولهذا فإنّ داعش عمد إلى ضبط الايقاعات اللغوية في رسائله بما يضمن تحقيق أهدافه، حيث فرض تنظيم داعش استخدام الكلمات والعبارات والمسميات التاريخية قدر المستطاع في رسائله الإعلامية. كما حرص التنظيم على تسمية معظم إصداراته بآيات قرآنية أو بعبارات ذات بعد جهادي (٢١) مثل (فضرب الرقاب، فشرّد بهم من خلفهم، ارمي فداك، رباط المجاهدين، غبار الحرب، توبوا ولكم الأمان) وغيرها من المسميات الكثير، كما أنّ التنظيم حرص على استخدام العبارات الرنانة وركّز على إطلاق شعارات تلامس هموم الناس وتحرك مشاعرهم وهو ما أسهم برفع رصيد الدعم المادي والبشري للتنظيم (٢٢). وعمل التنظيم على خلق تقابلات ضدية أصبحت فيما بعد منطلقا للخطاب الإعلامي لتنظيم داعش، وتتمثل هذه



التقابلات بطرفين رئيسيين حيث يتمثل الطرف الأول بالمؤمنين المجاهدين الموحدين وتمثلهم الدولة الإسلامية، أمّا الطرف الثاني فهم الصليبيون والروافض والمرتدين، وقد مثلت هذه التقابلات الرئيسية والفرعية قاعدة بناء الخطاب الإعلامي لتنظيم داعش [٢٣]. وانطلاقاً من هذه التقابلات فقد سعى داعش لترسيخ فكرة أنّ الصليبيين وحلفاؤهم من الروافض والمرتدين يحقدون على الإسلام ويسخّرون أعوانهم لتسهيل هيمنتهم على أراضي المسلمين، وفي مقابل ذلك فإنّ أهل التوحيد والجهاد (الدولة الإسلامية) يذودون عن أراضي الإسلام ويسعون إلى إقامة شرع الله [٢٤]. وقد ذكر أبو بكر ناجي في "إدارة التوحش": «إن هذه كانت سياسة القتال عند الأوائل، أي أن تتحول المجتمعات إلى فريقين يختصمان، يتم اشعال معركة شديدة بينهما نهايتها النصر أو الشهادة، شعارها الحرب المُجلية أو السلم المخزية، فريقين يختصمان، فريق في الجنة وفريق في السعير (قتلانا في الجنة وقتلاكم في النار) وهذه المعركة وحدها بهذه الحدة وهذه المفاصلة هي التي نستطيع فيها استقطاب أكبر قدر من الأفراد لصفنا» [٢٥]. وقد أبدى داعش اهتماماً ملحوظاً بإيصال رسائله إلى مختلف البلدان، ولهذا فإنّه حرص على استخدام اللغات الروسية والفرنسية والإنكليزية بشكل كبير، بالإضافة إلى إصداره مجلة "دابق، ومجلة "رومية" التي نشرت بلغات مختلفة مثل الفرنسية والألمانية والروسية والاندونيسية والايغور [٢٦]. أمّا إصدارات التنظيم باللغة العربية وخطابات قادته وبياناته فقد كانت باللغة الفصحى وذات أسلوب مفهوم ولا يقبل التأويل، فضلاً عن التركيز على استخدام المصطلحات التاريخية، وتكريس مفردات الخطاب في القرآن الكريم بشكل ثابت ومستمر [٢٧].

٣. الوسيلة:

من العوامل الأساسية التي ساهمت بصعود نجم داعش على مختلف الأصعدة هو استغلاله لجميع الإمكانات المتاحة واستفادته من التطور التكنولوجي المتسارع، حيث أيقن تنظيم داعش أنّ الانترنت ميداناً مهماً في معركته ولذا سعى إلى إيجاد موطئ قدم له على الشبكة العنكبوتية وهو ما يرى فيه الدكتور شريف درويش اللبان مكمناً لخطورة داعش كون أغلب عناصره هم من الفئة العمرية الشابة التي ولدت في عصر الكومبيوتر والانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي ويجيدون التعامل مع هذه الأدوات [٢٨]. واستخدم داعش كل الوسائل الإعلامية المتاحة لتحقيق غاياته، وأبرز الوسائل وأهمها بالنسبة للتنظيم هي مواقع التواصل الاجتماعي التي يقوم عبرها بما يعرف بالجهاد الإلكتروني الذي يقوم من خلاله بعمليات تجنيد وفق خطط ومراحل متناسقة تقوم بتنفيذها ما يعرف "بخلية التجنيد" [٢٩]، حيث تبدأ مراحل التجنيد بمعرفة الحالة النفسية للشخص المستهدف ومن ثم جذبه عبر التركيز على مسائل التوحيد والحاكمية والبراء ومسألة الجهاد، لتعقب عملية الجذب عملية ضخ الفكر التكفيري في عقل الشخص [٣٠].

ويرى الباحث أنّ تركيز تنظيم داعش على الانترنت لا يعني أنّه أهمل وسائل الإعلام التقليدية، بل عمل على اجراء مزاوجة بين وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، من خلال نشر العديد من صحفه بنسخ ورقية وإلكترونية، فضلاً عن نشر إصداراته المصورة ورسائله الصوتية على شبكة الانترنت.



٤. الصورة:

على الرغم من أنّ التنظيمات الإرهابية تضـــع الكثير من الإشـــكالات الشـــرعية على التصـــوير ووصـــلت هذه الإشـــكالات إلى حد التحريم، إلّا أنّ تنظيم داعش قد أدرك مبكراً أهمية الصـورة، فوتوغرافية كانت أم مقطع فيديو في إيصـال رسـالته الإعلامية، ولهذا كان للصـورة موقع مهم لدى داعش يتضـح من خلال اسـتخدامه إياها في عدّة مجالات، ولعل أبرز ما قام به داعش من اسـتخدام للصـور هو اسـتبداله الصـور الايضـاحية في المناهج الدراسـية بصـور الأسـلحة والمعدات الحربية بهدف بناء جيل من المقاتلين المتطرفين مسـتقبلاً. ولعل اتفاق أغلب الدراسـات والبحوث على أنّ الصـورة تجذب انتباه الجمهور بشكل كبير هو ما دفع تنظيم داعش لاستخدامها بشكل مكثف، فهي أفضـل من الكلمات من الناحية النفسية وقادرة على الرسوخ في الذاكرة، حيث أثبت عالم التربية الأمريكي جيروم برونر أنّ الناس يتذكرون ١٠٪ فقط مما يسـمعونه و٣٠٪ مما يقرؤنه و٦٠٪ مما يشـاهدونه [٣١]، ولهذا فإنّ داعش حرص على توظيف مصـورين في المناطق التي تخضع لسيطرته حيث قاموا بالتقاط الصور وتسجيل لقاءات مع المواطنين تظهر مدى ولائهم ودعمهم للتنظيم [٣٢]. وقد أنتج مصورو داعش صوراً صادمة ملؤها العنف والقسوة لإشاعة الخوف والقلق في نفوس الجمهور [٣٣]، من أجل اجبارهم على سلوك طريق معين يحقق هدف التنظيم[٣٤]. وعلى الصعيد التقني فقد وظّف تنظيم داعش عناصر من ذوي الخبرة في إنتاج الصور الصحفية، خصـوصـاً الأجانب الذين نجحوا في إنتاج صـور ثابتة فضـلاً عن اسـتخدام أحدث التقنيات في إنتاج الفيديوهات [٣٥].

المبحث الثاني: الإطار العملي:

أولاً: صحيفة النبأ:

هي صحيفة أسبوعية رسمية تصدر عن ديوان الإعلام المركزي في تنظيم داعش، صدر العدد الأول من الصحيفة بصورتها الحالية في أكتوبر عام ٢٠١٥م. وقد مرت النبأ بعدة مراحل قبل أن تتحول إلى صحيفة بالمعنى المتعارف عليه وتكتسب صفة الصحيفة الرسمية للتنظيم. ظهرت النبأ لأول مرة في العام ٢٠١٠م كنشرة صحفية غير منتظمة بموعد صدور وكان عملها منحصراً في تسجيل المواقف العسكرية لولايات دولة العراق الإسلامية [٣٦]. وفي عام ٢٠١١م تحولت النبأ إلى نشرة شهرية تقوم بنشر الأخبار المتعلقة ببيانات ومواقف دولة العراق الإسلامية ونشر العمليات العسكرية كلا على حدة. وفي عام ٢٠١٢م صدرت أول إحصائية سنوية للعمليات العسكرية لدولة العراق الإسلامية في نشرة النبأ التي صدرت حينذاك بـ ١٩٨ صفحة. في عام ٢٠١٣م تطور عمل النبأ ليغطي أخبار التنظيم في العراق وسوريا بعد إعلان قيام الدولة الإسلامية في العراق والشام [٣٧]. وفي عام ٢٠١٤م تحولت النبأ إلى صحيفة نصف أسبوعية، لتتحول في عام ٢٠١٥م إلى صحيفة أسبوعية عامة. وشملت التغييرات التي مرت بها النبأ الشكل الفني والإخراجي والشعار الخاص بها، وتصدر صحيفة النبأ حاليا بواقع ١٢ صفحة وفي بعض الأحيان تصدر الصحيفة أعداداً خاصة بواقع ١٦ صفحة، وتحتوي الصفحة الأولى للنبأ على عناوين الأخبار



مع ذكر أرقام الصفحات التي تضم تفاصيل هذه الأخبار كما تضم الصفحة الأولى في حاشيتها السفلى تحذيراً من إلقاء الصحيفة كونها تحتوي على لفظ الجلالة وآيات قرآنية، كما تضم هذه الصفحة صورة العدد ويتم اختيارها وفقاً لموضوع العدد وتذيل هذه الصورة بتعليق وعادة ما يتم اختيار صور ذات دلالات معينة تندرج ضمن سياق بث الرعب. أمّا الصفحة الثانية فهي في الغالب مخصصة لنشرة الانفوجرافيك الذي يتناول بالعادة عمليات التنظيم وغزواته أو بيان موقف التنظيم من مسألة معينة أو التحذير من بعض الأمور أو تقديم الارشادات، وقد حرص القائمون على الصحيفة على الاعتناء بهذه الصفحة من الناحية الفنية والموضوعية. ولنشرة الانفجرافيك عناوين وقوالب مختلفة تبعا للموضوع الذي تطرحه. أمّا الصفحة الثالثة فتضم المقال الافتتاحي للعدد مع خبر أو خبرين رئيسيين، فيما تمّ تخصيص الصفحة الرابعة للتقارير. أمّا الصفحات ٥ و٧ و١٠ و١١ فقد تمّ تخصيصها للأخبار. بينما الصفحة السادسة خُصّصت لتقارير الولايات، فيما تضم الصفحتين الثامنة والتاسعة المقالات. أمّا الصفحة ١٢ فأخذت شكلاً وموضوعاً مختلفاً في كل عدد. وبشكل عام فإنّ «لغة الخطاب في صحيفة النبأ يغلب عليها الطابع المركزي الذي يعمل على تجميع الأخبار من مختلف فروع التنظيم ويضعها في قالب دعائي يستثير حماسة أتباعه» (٣٨). وقد سعى تنظيم داعش ومن خلال استخدامه لتقنية الانفوجرافيك إلى توضيح موقفه من الأمور والقضايا السياسية على مستوى العالم، فعلى سبيل المثال تناولت نشرة الانفجرافيك في الأعداد ١٢٤ و١٢٨ و١٣٠ مسألة الانتخابات والديموقراطية وبيان موقف التنظيم منهما، واختلفت موضوعات نشرة الانفوجرافيك في صحيفة النبأ بين الترويج لإمكانيات التنظيم وقدراته وذكر احصائيات عملياته على مستوى العالم فضلاً عن بيان موقف التنظيم من القضايا العالمية، بالإضافة إلى موضوعات تحذيرية وإرشادية.

ثانياً: عرض وتحليل الجداول:

جدول رقم (١) يوضح الفئات الرئيسية لتحليل المضمون

ت	الفئات الرئيسية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	العمليات الأمنية والعسكرية	١٢٩	٪٢٢.٥	الاولى
٢	اهداف العمليات العسكرية	٤٢	٪٧	الثانية
٣	الخسائر	٣٠	٪٥	الثالثة
٤	الدول المستهدفة	٢٨	٪٥	الرابعة
٥	اهداف العمليات الامنية	٢٣	٪٤	الخامسة
مجموع التكرار والنسبة المئوية		**٥٧٢**	٪١٠٠	

تحليل جدول رقم (١): احتلت فئة المضامين الأمنية والعسكرية المرتبة الأولى وهذا يعكس مدى اهتمام تنظيم داعش باستخدام هذه المضامين دعائيا لترهيب خصومه من خلال اظهار قدرته على القيام بعمليات امنية وعسكرية، وتعمد التنظيم ذكر الفئات التي تستهدفها العمليات الأمنية والعسكرية ومن ثم التطرق الى الخسائر، خصوصا وان خسائر خصوم التنظيم في الاليات والمعدات والأسلحة تعتبر غنائم بالنسبة للتنظيم.



جدول رقم (٢) يوضح الفئات الفرعية للعمليات الأمنية والعسكرية

ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	عملية استشهادية (عملية انتحارية)	٣٨	٢٩٪	الأولى
٢	تدمير	٢٥	١٩٪	الثانية
٣	هجمات بالعبوات ناسفة	١٠	٨٪	الثالثة
٤	عمليات انغماسية	١٠	٨٪	الرابعة
٥	هجوم مباشر (اشتباك)	١٠	٨٪	الخامسة
٦	إحراق	٧	٥٪	السادسة
٧	قنص	٧	٥٪	السابعة
٨	اغتنام	٥	٤٪	الثامنة
٩	مركبة مركونة (سيارة مفخخة)	٤	٣٪	التاسعة
١٠	اسر	٤	٣٪	العاشرة
١١	اغتيال	٣	٢٪	الحادية عشر
١٢	غزوة	٢	١.٢٪	الثانية عشر
١٣	قصف	٢	١.٥٪	الثالثة عشر
١٤	دهس	١	٠.٧٪	الرابعة عشر
١٥	طعن	١	٠.٧٪	الخامسة عشر
المجموع والنسبة المئوية		١٢٩	١٠٠٪	

تحليل جدول رقم (٢): من خلال الجدول أعلاه يتضح وجود اختلاف بنسب انواع العمليات المذكورة سواء العسكرية او الأمنية، إلا أن نسبة التركيز على العمليات ذات الطابع العسكري اكثر كعمليات (التدمير، الانغماسية، الهجوم المباشر، الاحراق، القصف، القنص، اسر، غزوة، اغتنام)، ويعود هذا التركيز الى محاولة تنظيم داعش كسر معنويات خصومه من القوات النظامية في مختلف الدول التي يتواجد بها، وهذا سيمكنه من قضم الأراضي بسرعة اكبر وبخسائر أقل، وعلى الرغم من ان تنظيم داعش ركز على العمليات العسكرية إلا إنه لم يهمل التطرق للعمليات الأمنية بل تم التطرق لها بشكل ملحوظ كعمليات (انتحارية، تفجير العبوات الناسفة، السيارات المفخخة، اغتيال، دهس، طعن).

جدول رقم (٣) يبين الفئات الفرعية لأهداف العمليات العسكرية

الفئات الفرعية للأهداف العسكرية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
قوات نظامية (جيش + شرطة)	٢٢	٥٢٪	الأولى
PKK	١٠	٢٤٪	الثانية
المليشيات الرافضية	٥	١٢٪	الثالثة
صحوات	٤	٩.٥٪	الرابعة
بيشمركة	١	٢٪	الخامسة
مجموع التكرار والنسبة المئوية	٤٢	١٠٠٪	



تحليل جدول رقم (٣): يتضح من خلال هذا الجدول ان تنظيم داعش قد حرص على اظهار الفئات العسكرية التي يستهدفها لكي يرسل رسالة مفادها ان تنظيما واحدا يواجه عدة فئات من القوات النظامية المسلحة بأفضل الأسلحة وهذه القوات متفوقة من حيث العدة والعدد، وعلى الرغم من هذا التفوق الا ان التنظيم مازال يحقق انتصارات في مواجهة هذه القوات ويكبدها خسائر كبيرة ويقوم بذكر هذه الخسائر بالتفصيل كما سنجد في جدول تحليل فئات الخسائر، كما إن التنظيم يسعى الى إيضاح ان معاركه تجري بجبهات متعددة ومتباعدة وقد تمتد الى دول أخرى.

جدول رقم (٤) يوضح الفئات الفرعية للخسائر

الفئات الفرعية للخسائر	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
خسائر خصوم التنظيم المادية والبشرية	٣٠	٪١٠٠	الأولى
خسائر التنظيم المادية والبشرية	٠	٪٠	الثانية
مجموع التكرار والنسبة المئوية		٣٠	٪١٠٠

تحليل جدول رقم (٤): يهدف التنظيم من خلال تعمد ذكره لخسائر خصومه الى اظهار مدى قوته في القيام بعمليات عسكرية وامنية على الرغم من المعوقات التي تواجهه، وقد استخدم التنظيم أسلوب التضليل الاخباري، فهو يتعمد ذكر خسائر خصومه في كل مناسبة وبالمقابل فإنه لم يتطرق نهائيا لخسائره.

جدول رقم (٥) يبين الفئات الفرعية للدول المستهدفة

ت	الفئات الفرعية للدول المستهدفة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	تركيا	٣	٪١١	الأولى
٢	فرنسا	٣	٪١١	الثانية
٣	المانيا	٣	٪١١	الثالثة
٤	أمريكا	٢	٪٧	الرابعة
٥	إيران	١	٪٣.٥	الخامسة
٦	لبنان	١	٪٣.٥	السادسة
٧	مصر	١	٪٣.٥	السابعة
٨	الأردن	١	٪٣.٥	الثامنة
٩	فلسطين	١	٪٣.٥	التاسعة
١٠	تونس	١	٪٣.٥	العاشرة
١١	بريطانيا	١	٪٣.٥	الحادية عشرة
١٢	بلجيكا	١	٪٣.٥	الثانية عشرة
١٣	السويد	١	٪٣.٥	الثالثة عشرة
١٤	اسبانيا	١	٪٣.٥	الرابعة عشرة
١٥	إيطاليا	١	٪٣.٥	الخامسة عشرة
١٦	استراليا	١	٪٣.٥	السادسة عشرة
١٧	كندا	١	٪٣.٥	السابعة عشرة
١٨	كينيا	١	٪٣.٥	الثامنة عشرة



١٩	اندونيسيا	١	٣.٥٪	التاسعة عشرة
٢٠	البرتغال	١	٣.٥٪	العشرون
٢١	روسيا	١	٣.٥٪	الواحد والعشرون
مجموع التكرار والنسبة المئوية		٢٨	١٠٠٪	

(تحليل جدول رقم ٥): يسعى التنظيم الى ارسال رسالة مفادها ان الحرب التي يشنها لاتقف عند حدود المناطق التي يسيطر عليها، بل إنه يستغل أي فرصة لتنفيذ عملياته في دول متعددة، وقد وضع نصب عينيه الدول التي الأوروبية التي تشارك بالتحالف الدولي ضده والدول الأخرى التي تقدم المساعدات لخصومه ويغلب على العمليات التي ينفذها التنظيم في هذه الدول الطابع الأمني، كعمليات تفجير سيارة مفخخة او عبوة ناسفة اواغتيال او طعن او دهس وهذا يعود لصعوبة تواجد التنظيم في تلك الدول بصورته وقوته المعهودة، وبالتالي فإن ما يطلق عليه "الذئاب المنفردة" تعد افضل الحلول بالنسبة للتنظيم في تنفيذ عملياته لزعزعة الامن في تلك الدول، كما إن التنظيم يسعى الى ان يتردد صدى عملياته على مستوى عالمي.

جدول رقم (٦) يبين الفئات الفرعية لأهداف العمليات الأمنية

الفئات الفرعية للأهداف المدنية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
مدنيين	١٢	٥٢٪	الأولى
بعثات وشخصيات دبلوماسية	٥	٢٢٪	الثانية
شخصيات ومقرات سياسية	٤	١٧٪	الثالثة
اعلاميين	٢	٩٪	الرابعة
مجموع التكرار والنسبة المئوية		٢٣	١٠٠٪

تحليل جدول رقم (٦): من الجدول أعلاه نجد إن تنظيم داعش لا يتوانى عن استهداف مختلف الفئات وهذا بحد ذاته يتسبب بحالة من الشعور بعدم الأمان خصوصا بين سكان الدول التي تشهد استقرارا امنيا كالدول الأوروبية، ويبدو ان التنظيم يرسل رسالة لسكان تلك الدول بأنهم أمام خيارين؛ فإما الضغط على حكومات هذه الدول لوقف مشاركتها في التحالف الدولي ضد داعش او استمرار مسلسل عمليات الذئاب المنفردة.

الاستنتاجات:

١. وظف إعلام تنظيم داعش المضامين العسكرية والأمنية كإسلوب دعائي

٢. المضامين العسكرية أكثر توظيفا من المضامين الأمنية

٣. المضامين العسكرية (العمليات العسكرية) هي التي تنفذ في الجبهات ومناطق التماس مع قوات الخصوم التي عادة ما تكون قوات نظامية او شبه نظامية، اما المضامين الأمنية (العمليات الأمنية) تنفذ في داخل الدول وغالبا ما تكون أهدافها ذات طابع مدني كالمواطنين والاعلاميين والشخصيات والمقرات السياسية والدبلوماسية.

٤. ركز تنظيم داعش على ذكر خسائر خصومه بالتفصيل، في حين لم يتطرق لخسائره اطلاقا



الهوامش:

(١) دويدي، رجاء وحيد، *البحث العلمي: أساسياته النظرية وممارساته العملية*، دار الفكر المعاصر، بيروت، ط١، ٢٠٠٠م، ص٢١٥.

(٢) منصور، تريز، «إعلام داعش الوسائل والخطاب الدعائي والتقنيات»، مجلة الدفاع الوطني اللبناني، العدد ١٠٠، ٢٠١٧م، ص٧١.

(3) Farewell, James‹p, "The media strategy of ISIS in survival", global politics and strategy, 2014-2015.

(٤) صحيفة الشرق الأوسط، «مقتل منجنيق داعش وامير الشام»، العدد ١٣٧٩٦، ٢٠١٦م.

(٥) عبد الصادق، عادل، «الإرهاب الالكتروني: القوة في العلاقات الدولية, نمط جديد وتحديات مختلفة»، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية في صحيفة الاهرام، القاهرة، ٢٠٠٩م، ص٣٧٥.

(٦) الهاشمي، هشام، «إعلام داعش ٢٠٢٠»، وكالة ناس نيوز، ٢٠٢٠م، (تأريخ الاطلاع: ٢٠٢٠/٤/٢٢). على الرابط: https://www.nasnews.com/view.php?cat=29127

(٧) الجزيرة نت، «الفياض ... وزير اعلام تنظيم الدولة الذي قتله التحالف»، ٢٠١٦م، (تأريخ الاطلاع: ٢٠٢٠/٥/٥). على الرابط: https://www.aljazeera.net/encyclopedia/icons/2016/9/20/

(٨) الجزيرة نت، «المهاجر ... المنجنيق الإعلامي الجديد لتنظيم الدولة»، ٢٠١٦م، (تأريخ الاطلاع: ٢٠٢٠/٥/٥). على الرابط: https://www.aljazeera.net/encyclopedia/icons/2016/12/6/

(٩) بي بي سي عربي، «مقتل أبو الحسن المهاجر بعد ساعات من مقتل أبو بكر البغدادي»، ٢٠١٩م، (تأريخ الاطلاع: ٢٠٢٠/٥/٦). على الرابط: https://www.bbc.com/arabic/middleeast-50206191

(١٠) العربية نت، «واشنطن ... ٣ ملايين دولار مقابل رأس وزير اعلام داعش»، ٢٠٢٠م، (تأريخ الاطلاع: ٢٠٢٠/٥/٢٩). على الرابط: .https://www.alarabiya.net/ar/arab-and-world/american-elections-2016/2020/05/28/

(١١) كوهين، فريد، «الإرهاب والفضاء الافتراضي»، مجلة شبكة الامن، ٢٠٠٢م، ص٥.

(١٢) البشر، خالد بن مسعود، *أفلام العنف والإباحة وعلاقتها بالجريمة*، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، ٢٠٠٥م، ص٩٥.

(١٣) القيم، كامل، «نعيم التكنولوجيا الاتصالية: فضاء عربي دون هوية»، مجلة حمورابي للدراسات، العدد الثالث، ٢٠١٢م، ص١٤١.

(١٤) حمزة، مجيد كامل «الاعلام الرقمي الالكتروني للإرهاب وسبل المواجهة إعلامياً»، المجلة السياسية والدولية، العدد ٣٥-٣٦، بغداد، ٢٠١٧م، ص٦٩.

(١٥) اللبان، شريف درويش، مصدر سابق، ص٤.

(١٦) حمزة، مجيد كامل، مصدر سابق، ص٧٠.

(١٧) العربية نت، «داعش يصدر جوازات سفر لاستقطاب مؤيديه حول العالم»، ٢٠١٤م، (تأريخ الاطلاع: ٢٠٢٠/٥/٣٢). على الرابط: .https://www.alarabiya.net/ar/arab-and-world/iraq/2014/08/17/

(١٨) صحيفة الاهرام، "الفكر المتطرف وآليات المواجهة"، العدد ٤٧٥٧٣، ٢٠١٧م.

(١٩) حمدان، نصيف جاسم، «داعش وحرب العقول ... كيف سخر داعش الدبابة الإعلامية»، دار الكتب العلمية للطباعة والنشر والتوزيع، بغداد، ط١، ٢٠١٦م، ص٩٥.

(٢٠) مقابلة اجراها الباحث مع أحد مخترقي التنظيم والملقب بـ "منجنيق الدولة"، ٢٠٢٠/٤/٢٢م.

(٢١) المصدر نفسه.

(٢٢) حمزة، مجيد كامل، مصدر سابق، ص٦٩.

(٢٣) الراجي، محمد، أبعاد أيديولوجيا الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة، مركز الجزيرة للدراسات، قطر، ٢٠١٥م، ص٧.

(٢٤) المصدر نفسه، ص٩.

(٢٥) ناجي، أبو بكر، إدارة التوحش، مركز الدراسات والبحوث الإسلامية، ٢٠٠٤م، ص٤٦.

(٢٦) حمدان، نصيف جاسم، مصدر سابق، ص١١٩وما بعدها.

(٢٧) المصدر نفسه، ص٩٧.

(٢٨) اللبان، شريف درويش، مصدر سابق، ص١.

(٢٩) عبد الحميد، نورا بنداري، «دور وسائل التواصل الاجتماعي في تجنيد أعضاء التنظيمات الإرهابية – دراسة حالة داعش»، المركز الديموقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية الاقتصادية والسياسية، القاهرة، ٢٠١٦م

(٣٠) المصدر نفسه.

(٣١) حمود، عبد الحليم، *كواليس الدعاية الامريكية*، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، ط١، ٢٠٠٨م، ص١٦-١٧.

(٣٢) د. الغريب، فنسنت، "حروب قذرة – إذا سقطت دمشق"، الفرات للنشر والتوزيع، بيروت، ط١، ٢٠١٦م، ص٢٠٢.

(٣٣) وحيد، مريم، «الخطاب السياسي بالصورة – داعش انموذجا»، مجلة آفاق سياسية، العدد٢٤، برلين، ٢٠١٥م، ص٦٨.

(٣٤) أبو النصر، سامية، *الاعلام والعمليات النفسية في ظل الحروب المعاصرة واستراتيجية المواجهة*، دار النشر للجامعات، القاهرة، ط١، ٢٠١٠م، ص٥٦-٥٧.

(٣٥) وحيد، مريم، مصدر سابق، ص٦٨.

(٣٦) صحيفة النبأ، «أهم المراحل في مسيرة تطوير نشرة النبأ»، العدد الأول, ١٤٣٧هـ.

(٣٧) المصدر نفسه.

(٣٨) مرصد الفتاوى التكفيرية والآراء المتشددة، صحافة الإرهاب: النبأ، التضليل المحترف والصد عن سبيل الله، دار الإفتاء المصرية، ١٤٣٩هـ، ص١٠.



المصادر

١- أبو النصر، سامية، الاعلام والعمليات النفسية في ظل الحروب المعاصرة واستراتيجية المواجهة، دار النشر للجامعات، القاهرة، ط١، ٢٠١٠م.

٢- حمدان، نصيف جاسم، «داعش وحرب العقول ... كيف سخر داعش الدبابة الإعلامية»، دار الكتب العلمية للطباعة والنشر والتوزيع، بغداد، ط١، ٢٠١٦م.

٣- حمود، عبد الحليم، كواليس الدعاية الامريكية، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، ط١، ٢٠٠٨م.

٤- د. الغريب، فنسنت، "حروب قذرة – إذا سقطت دمشق"، الفرات للنشر والتوزيع، بيروت، ط١، ٢٠١٦م.

٥- دويدي، رجاء وحيد، البحث العلمي: أساسياته النظرية وممارساته العملية، دار الفكر المعاصر، بيروت، ط١، ٢٠٠٠م.

٦- عبد الصادق، عادل، «الإرهاب الالكتروني: القوة في العلاقات الدولية, نمط جديد وتحديات مختلفة»، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية في صحيفة الاهرام، القاهرة، ٢٠٠٩م.

٧- ناجي، أبو بكر، إدارة التوحش، مركز الدراسات والبحوث الإسلامية، ٢٠٠٤م.

8- Farewel, James, p. "The media strategy of ISIS in survival", global politics and strategy, 2014-2015.

٩- إعلام قيادة قوات الشرطة الاتحادية، الماكينة الإعلامية لتنظيم داعش الإرهابي، قيادة قوات الشرطة الاتحادية، ٢٠١٥م.

١٠- البشر، خالد بن مسعود، أفلام العنف والاباحة وعلاقتها بالجريمة، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، ٢٠٠٥م.

١١- الراجي، محمد، أبعاد أيديولوجيا الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة، مركز الجزيرة للدراسات، قطر، ٢٠١٥م.

١٢- الطائي، صالح عباس، «الاعلام والمواطنة»، مجلة قضايا سياسية، العدد ١٩ – ٢٠، ٢٠١٠م.

١٣- التكنولوجيا الاتصالية: فضاء عربي دون هوية»، مجلة حمورابي للدراسات، العدد الثالث، ٢٠١٢م.

١٤- كوهين، فريد، «الإرهاب والفضاء الافتراضي»، مجلة شبكة الامن، ٢٠٠٢م.

١٥- مرصد الفتاوى التكفيرية والآراء المتشددة، صحافة الإرهاب: النبأ, التضليل المحترف والصد عن سبيل الله، دار الإفتاء المصرية، ١٤٣٩هـ.

١٦- منصـــور، تريز، «إعلام داعش الوســـائل والخطاب الدعائي والتقنيات»، مجلة الدفاع الوطني اللبناني، العدد ١٠٠، ٢٠١٧م.

١٧- وحيد، مريم، «الخطاب السياسي بالصورة – داعش انموذجا»، مجلة آفاق سياسية، العدد٢٤، برلين، ٢٠١٥م.

١٨- بي بي سي عربي.

١٩- الجزيرة نت.

٢٠- العربية نت.

٢١- صحيفة الاهرام.

٢٢- صحيفة الشرق الأوسط.

٢٣- صحيفة النبأ.



Resources

1- Abu Al-Nasr, Samia, Media and Psychological Operations in the Light of Contemporary Wars and the Strategy of Confrontation, University Publishing House, Cairo, 1st Edition, 2010 AD.
2- Hamdan, Nassif Jassim, "ISIS and the War of Minds..How ISIS Mocked the Media Tank", Dar Al-Kotob Al-Alami for Printing, Publishing and Distribution, Baghdad, 1st edition, 2016
3- Hammoud, Abdel Halim, Backstage in American Propaganda, Dar Al-Hadi for Printing, Publishing and Distribution, Beirut, 1st Edition, 2008 AD.
4- Dr. Al-Gharib, Vincent, "Dirty Wars - If Damascus Fell", Al-Furat for Publishing and Distribution, Beirut, 1st Edition, 2016 AD.
5- Dwaidi, Wahid Hope, Scientific Research: Its Theoretical Basics and Practical Practices, House of Contemporary Thought, Beirut, 1st Edition, 2000 AD.
6- Abdel Sadiq, Adel, "Electronic Terrorism: Power in International Relations, New Pattern and Various Challenges," Center for Political and Strategic Studies in Al-Ahram Newspaper, Cairo, 2009.
7- Naji, Abu Bakr, Management of Savagery, Center for Islamic Studies and Research, 2004 AD.
8- Farewell, James, p., "The media strategy of isis in survival," global politics and strategy, 2014-2015.
9- Media of the Federal Police Force Command, the media machine of the terrorist organization ISIS, Federal Police Forces Command, 2015 AD.
10- Al-Bishr, Khaled bin Masoud, Violence films, pornography and their relationship to crime, Naif University for Security Sciences, Riyadh, 2005 AD.
11- Al-Raji, Muhammad, The Dimensions of the Ideology of the Media Discourse of ISIS, Al-Jazeera Center for Studies, Qatar, 2015.
12- Al-Tai, Saleh Abbas, "Media and Citizenship," Journal of Political Issues, Issue 19-20, 2010 AD.
13- Communication Technology: An Arab Space Without an Identity », Hammurabi Studies Magazine, Issue No. 3, 2012 AD.
14- Cohen, Fred, "Terrorism and the Virtual Space," Security Network Magazine, 2002 AD.
15- Observatory of Takfiri Fatwas and Militant Opinions, Terrorism Press: Al-Naba, Professional Deception and Repelling the Path of God, Egyptian Dar Al Iftaa, 1439 AH.
16- Mansour, Therese, "ISIS Media, Means, Propaganda Discourse and Technologies," Lebanese National Defense Magazine, Issue 100, 2017.
17- Wahid, Maryam, "Political Discourse in Image - ISIS as a Model -", Afaq Sissiqa magazine, Issue 24, Berlin, 2015.
18- BBC Arabic.
19- Al Jazeera Net.
20- Arab Net.
21- Al-Ahram Newspaper.
22- Al-Sharq Al-Awsat Newspaper.
23- Al Nab'a Newspaper.

Tikrit University
College of Arts



Journal of Al- Farahidi's Arts

A Quartly Academic Journal of The College of Arts - Tikrit

ISSN: 2074-9554 (Print)
ISSN: 2663-8118 (Online)

Deposit Number in The National Library and Documents in Baghdad: 1602 For Year: 2011

Volume (13) Issue (46) June 2021 Second Part